

<<企业再造-中国企业并购后整合七大策略>>

图书基本信息

书名：<<企业再造-中国企业并购后整合七大策略>>

13位ISBN编号：9787306028082

10位ISBN编号：7306028081

出版时间：2006-12

出版时间：中山大学出版社

作者：彭玉冰

页数：302

字数：290000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<企业再造-中国企业并购后整合七大策略>>

内容概要

本书作者1997年担任科龙集团人力资源顾问，2000年起至今一直担任科龙集团人力资源总监，经历了科龙四任董事长、六任总裁的变更，见证了科龙的“腾飞”及被并购的风风雨雨，也体验了由它带来的是是非非。

本书真实记录了海信、科龙、格林柯尔并购后的整合过程，介绍了作者主持和参与的六家企业的整合案例，以及由此对中国企业管理的系统思考。书中详细阐述中国企业并购后整合七大策略，对中国企业并购后整合具有权威性和实操性，对正常经营下的企业变革同样具有指导性。

本书具理论性、实用性与可读性，适合高等院校工商管理 and 人力资源管理专业的学生及研究生作教学参考书；对工商企业管理人员有现实指导作用；对企业管理感兴趣的广大读者，也是一本理想的入门读物。

<<企业再造-中国企业并购后整合七大策略>>

作者简介

彭玉冰，男，安徽合肥人，中国人民大学商学院管理学博士，中山大学管理学院工商管理博士后科研流动站博士后，现任广东科龙电器股份有限公司集团人力资源总监，在人力资源开发、市场营销管理、业务流程优化、企业文化重塑、企业并购与整合等领域具有较深的理论造诣和丰富的实

<<企业再造-中国企业并购后整合七大策略>>

书籍目录

序一——德才兼备的经理人序二绪论 我为什么写这本书 本书的素材来源 本书的写作思路策略一 稳定压倒一切——绝不轻易辞退员工 一、亚星客车的工人罢工风波 二、并购给员工带来的冲击和影响 三、中国员工脆弱的心理承受力与再就业压力 四、裁员不是并购企业的唯一选择 五、人员稳定是企业再造的基础 案例分析：美菱电器企业再造策略二 营销系统整顿——销售业绩是硬道理 一、科龙的“黄埔军校”计划 二、企业营销腐化现象分析 三、整顿营销刻不容缓 四、优化经销商队伍 五、整顿营销团队 案例分析：襄阳轴承营销团队整顿策略三 资产财务重组——突出资产财务管理 一、企业多元化的陷阱 二、并购后企业的业务归核 三、企业资产重组 四、企业债务重组 五、财务管理体系重组 案例分析：科龙资产财务重组策略四 组织机构整合——向高效组织要效益 一、企业并购与组织变革 二、目标企业组织调查 三、组织分析与部门设计 四、并购后企业组织结构形式 五、中国企业“三权分立”管理模式 案例分析：亚星客车组织机构整合策略五 业务流程重构——没有规矩不成方圆 一、天津泰达公司客车延期交付事件 二、流程重构与并购后的不稳定性 三、核心业务流程确立与问题流程诊断 四、业务流程重构原则与方法 五、业务流程重构实施步骤 案例分析：美菱电器业务流程重构策略六 在职人员优化——让明白人当家作主 一、科龙为何实施“组织转型” 二、中国企业在职人员现状 三、在职人员评价与优化 四、优秀人才留用策略 五、在职人员优化的常见错误 案例分析：美菱电器在职人员优化策略七 企业文化重塑——万众一心才能得胜利 一、科龙公司的“整风运动” 二、并购产生的文化冲突及其影响 三、中国企业文化的历史局限性 四、中国企业文化的提升与发展 五、企业文化重塑实施步骤 案例分析：襄阳轴承企业文化重塑结论附录 附录一：安徽省人民政府专题会议纪要 附录二：襄樊市人民政府文件主要参考文献后记

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>